

E-spor Ekosistemi ve Kente Katabileceği Değerler

E-sports Ecosystem and the Values It Can Add to a City

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Eyüp UZUNER

Kocaeli Üniversitesi, Rekreasyon Bölümü, Kocaeli, Türkiye

eyup.uzuner@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7686-4137

Öz

E-spor kavramı bilgisayar ve oyun konsolları aracılığı ile oyuncuların sanal ortamda karşı karşıya gelerek birbirleriyle rekabet etmeye çalışmasına dayalı etkinlikler olarak tanımlanabilir. E-spora olan rağbet teknolojinin hızlı bir biçimde gelişmesinden dolayı hem yerel hem de uluslararası düzeyde gün geçtikçe daha da artmaktadır. Bu çalışmanın amacı e-sporun ve kente katabileceği değerlerin incelenmesidir. Bu çalışmada belgesel tarama ve arşiv araştırması yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak, e-sporun kentlere birçok farklı özellik ve değer katabileceği, yalnızca oyuncu boyutu ile değil birçok farklı nokta ile hem kentlere hem de kent sakinlerine katkısının olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: E-spor, Kent, Değerler

Abstract

E-sports concept could be defined as activities in virtual environment where players try to compete with each other through computers and game consoles. The demand for e-sports is increasing day by day, both locally and internationally, due to a rapid development of technology. The aim of this study is to examine e-sports and the values it can add to a city. In this study, documentary scanning and archive research methods were used. As a result, e-sports could add many different values to not only e-sports players but also to city residents while contributing various opportunities to the cities.

Keywords: E-sports, City, Values

1. Giriş

E-spor ya da elektronik spor, bilgisayar veya oyun konsolları yardımıyla oyuncuların ve/veya takımların sanal ortamda karşı karşıya geldikleri rekabete dayalı etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Bilir, 2022). 1952 yılında klasik “SOS” oyununun bilgisayar ortamına aktarılması ile ortaya çıktıktan sonra günümüze kadar evrimleşerek büyük bir sektör haline gelen video oyunları e-sporun temel taşlarını oluşturmaktadır. 1962 yılında ise e-spor kavramının doğuşuna sebep olacak olan “Spacewar” isimli oyun geliştirilmiştir (Stanton, 2015). 1972 yılında da Oxford Üniversitesi ev sahipliğinde “The Intergalactic Spacewar” adlı ilk e-spor turnuvası düzenlenmiştir (Billings & Hou, 2019). 1972 yılında ilk oyun salonlarının ortaya çıkmaya başlamasıyla birlikte başlayan yaygınlaşma süreci (Borowy, 2013), günümüzde 9 ana oyun türü ve bu ana türlerin altında yer alan 42 alt türden oluşan video oyunları (Uzuner, 2021), her türden e-spor meraklısının ilgisini çeker hale gelmiştir. Fakat bu kadar geniş bir oyun havuzu olmasına rağmen bu oyunların büyük bir çoğunluğu tek kullanıcıya yönelik olduğu için e-spor kapsamına dahil edilemeyecek yapıdadır. Oldukça tartışmalı bir konu olsa da her bir oyunun kendi özelinde e-spor kapsamına dahil edilebileceği düşünülmektedir. Bunun için olası çözüm yollarından birisi de her oyuncuların aynı koşullarda aynı oyunu oynaması ve zaman veya puan tabanlı bir değerlendirme ile ilgili oyunun e-spora kazandırılabilmesi düşünülmektedir. Farklı bir sorun ise orijinal oyunların artan maliyetleri ve e-spor sektörünü domine edebilme potansiyeli olan oyunların yüksek maliyetler nedeni ile kullanıcılara ulaşamaması gösterilebilir.

Belediyeler ve E-spor

Ülkemizde ilk olarak 2020 yılında Ankara Büyükşehir Belediyesi tarafından ASKİ Spor Kulübü bünyesinde E-spor Kulübü kurulmuştur (<https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/baskentin-ilk-espor-kulubu-kuruldu-41480439>). Hemen akabinde de Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kağıtspor bünyesine e-spor branşını dahil etmiştir. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kağıtspor ile Ankara Büyükşehir Belediyesi Aski E-spor takımları, 2021 yılında gerçekleştirilen Zula Süper Lig 7. Sezonu’nda ilk defa dijital arenada karşılaşan iki Büyükşehir Belediyesi takımı olarak tarihe geçmiştir (<https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/birimler/spor-sube-mudurlugu/33/38179>).

Son yıllarda Türkiye’de yükselişte olan e-sporu destekleyen belediye sayısında büyük bir artışın olduğu, özellikle de iyi bir gözlem ve vizyona sahip belediyelerin de gençlere bu hizmeti sunmak için girişimlerde bulunduğu belirtilmektedir (<https://playerbros.com/turkiyede-espor-kulubu-bulunan-belediye-sayisi-artiyor>).

- Gaziosmanpaşa Belediyesi
- Aydın Koçarlı Belediyesi
- Üsküdar Belediyesi
- Küçükçekmece Belediyesi

- Aydın Büyükşehir Belediyesi
- Turgutlu Belediyesi
- Seyhan Belediyesi
- Elazığ Belediyesi
- Bulancak Belediyesi
- Ankara Büyükşehir Belediyesi
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
- Manavgat belediye
- Talas Belediyesi
- Başakşehir Belediyesi
- Sancaktepe Belediye
- Bursa Büyükşehir Belediyesi
- Bahçelievler Belediyesi
- Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi
- Balıkesir Büyükşehir Belediyesi
- Antalya Büyükşehir Belediyesi
- Bandırma Belediyesi

Yukarıdaki örnek belediyelere bakıldığında sayıca yeterli

gibi görünen e-spor takımları veya tesisleri, ülkemizin 81 il ve 922 ilçeden oluştuğu gerçeği göz önünde bulundurulduğunda aslında sayıca istenilen düzeyde olmadığını ve gerek il belediyelerinin gerekse ilçe belediyelerinin girişimlerde bulunarak e-sporun genç kitlelere daha fazla yayılmasına destek olabileceği düşünülmektedir.

Bir diğer husus ise belediyelerin e-spor özelinde ulusal düzeyde isimlerini duyurmuş olan takımları olmasına rağmen, uluslararası veri tabanlarında çok fazla ön planda olmayışıdır. Ulusal düzeyden uluslararası düzeye geçiş olduğunda özel spor kulüplerinin isimleri görünmeye başlamaktadır. Bu durum belediyelerin e-spor hususunda ulusal hedefler doğrultusunda hareket ettiğini, uluslararası arenaları ise özel spor kulüplerinin daha fazla hedeflediği söylenebilir.

Dünya çapındaki diğer örnekleri de incelediğimizde ülkemizdeki ile benzer bulgulara rastlanmaktadır. Belediyeler e-spor hususunda ulusal düzeyde faaliyetlerde ön plana çıkarken, uluslararası düzeyde ise profesyonel takımlar kendilerini göstermektedirler.

Dünya genelinde hükümetlerin ve yerel yönetimlerin e-sporu desteklemek için çeşitli politikalar geliştirdikleri de belirtilmektedir (<https://digiday.com/marketing/governments-around-the-world-are-changing-their-policies-to-support-esports>). Hükümetlerin e-spor hususunda gündemi yakalayabilmek ve geri kalmamak adına 5 adımı takip etmesi önerilmektedir. Bu adımlar şu şekildedir;

- Mesleki anlamda tanınırlığın sağlanması
- Lisans ve vize düzenlemelerinin yapılması
- E-spora yatırım yapılması
- Altyapının oluşturulması
- Turnuva organizasyonları ve sponsorluk sağlanması (<https://gammalaw.com/five-key-ways-governments-getting-involved-in-esports>).

E-spor hususunda gündemi yakalayabilmek adına eksiksiz bir biçimde yerine getirilmesi önerilen bu 5 adımın e-spora temel oluşturulması, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi adına oldukça önemlidir.

Çin’de 2005 yılı Nisan ayında, 10’dan fazla il ve belediyeden e-spor kulüplerinin ve takımlarının temsilcileri, kuralların ve düzenlemelerin standardizasyonu ile e-sporun gelecekteki gelişimini tartışmak üzere Spor Bakanlığı tarafından düzenlenen bir toplantıya katılım göstermişlerdir (Lu, 2016).

Eyalet sistemi ile yönetilen Brezilya’da ise e-sporun eyalet spor takviminin bir parçası haline getirilmesi konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Bu kapsamda 150 farklı belediye

hükümet tarafından bu konu ile ilgili destek sunulacağı da belirtilmektedir (Martins ve diğ., 2022).

Yerel yönetimler bakımından e-sporun akıllı şehir konseptinin önemli bir unsuru haline gelebileceği de düşünülmektedir. Atalı (2018), Józwiak (2002)’nin çalışmasından yola çıkarak “e-spor şehirleri” kavramına ulaşmıştır. Józwiak, dünyanın ilk e-spor şehirlerinden birinin çok ciddi yatırımlar yapılarak Çin’in Hangzhou kentinde açıldığını, kısa bir zaman içerisinde sektörde lider e-spor oyunlarının başkenti haline geldiğini, çeşitli takımların burada yerleşik hale geçtiğini, e-spor akademisi ve hatta e-spor oyuncularına özel bir hastaneyi de proje kapsamında hayata geçtiklerini belirtmektedir. Özellikle e-sporun da dahil edildiği Asya Oyunları’nın da Hangzhou kentinde düzenlenmesi de belediyecilik için oldukça önemli dönüm noktalarından birisidir.

Bu bilgilerden yola çıkılarak hem dünyada hem de ülkemizde belediyelerin e-sporla ilgili çalışmalar yaptıkları söylenebilir. Bu bağlamda belediyelerin e-spor hususunda daha fazla yapabileceği yatırımların ve halka ulaşmasında da ki- lit rol üstlenebileceğini belirtmek gerekmektedir.

Spor Kulüpleri ve E-spor

Ülkemizde özellikle futbol alanında yer alan süper lig takımları incelendiğinde, süper ligde yer alan 19 takımdan 17 tane- sinin de kendi espor takımları olduğu belirlenmiştir. Buna göre de futbol branşından süper ligde yer alan profesyonel spor kulüplerinin yaklaşık %90’ının e-spor takımlarına sa- hip oldukları ve gerek ulusal gerekse uluslararası müsaba- kalarda yer aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. 2019 yılı sonu itibari ile de dünya genelindeki örneklerle birlikte 400’den fazla profesyonel spor kulübünün de e-spor sektöründe var olduğu belirtilmektedir (Scholz ve diğ., 2021). Dünya çapın- daki spor kulüplerinin de ilgisini çeken esporun kulüplerin bünyesine dahil edilmesinin sebeplerinin ise popüler mar- kaların ilgisini çekmesi, ekonomisini düzenli olarak geliştirmesi ve demografik olarak etkileyici bir izleyici kitlesine sahip olması gösterilmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017). Aşağıda elektronik sporlara yatırım yapan dünyaca ünlü spor kulüplerinden bazıları listelenmiştir.

- AFC Ajax → Hollanda
- AS Roma → İtalya
- Baskonia → İspanya
- FC Copenhagen → Danimarka
- FC Schalke → Almanya
- FC Volga → Rusya Federasyonu

- Genoa → İtalya
- Manchester City → İngiltere
- Panathinaikos → Yunanistan
- Paris Saint Germain → Fransa
- Philadelphia 76ers → Amerika Birleşik Devletleri
- PSV Eindhoven → Hollanda
- Santos → Brezilya
- Sporting Lizbon → Portekiz
- Valencia → İspanya
- VFL Wolfsburg → Almanya
- West Ham United → İngiltere

2021 yılı itibari ile Türkiye E-spor Federasyonu'na kayıtlı 2467 kadın, 5659 erkek toplam 8126 e-sporcu bulunmaktadır. Lisanslı kulüp sayısı 165, e-spor salonu sayısı ise 57'dir. 2021 yılı itibari ile ülkemizde 63 tane e-spor organizasyonu düzenlenmiştir (<https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2021.pdf>). Bu veriler, ülkemizde e-spor ile ilgili ciddi bir talebin olduğunu ve organizasyonlar vasıtası ile de hem sporcuların desteklediği hem de bu branşın geniş kitlelere yayılmasının amaçlandığı söylenebilir.

Elektronik sporların doğaları gereği birçok güçlü ve zayıf yanları olabilmektedir. Bu bağlamda Uluslararası E-spor Federasyonu (IESF), e-spor özelinde gerçekleştirmiş oldukları SWOT analizinde aşağıda yer alan Tablo I. deki hususlara vurgu yapmaktadır.

Tablo I: E-spor SWOT Analizi

Güçlü yönler	Zayıf yönler	Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">• Geniş izleyici kitlesi ve izleyici sayısı• Katılım için düşük engeller• Büyük sponsorların ilgisi	<ul style="list-style-type: none">• Sınırlı altyapı• Profesyonellik eksikliği• Eğitim eksikliği	<ul style="list-style-type: none">• Profesyonellik• Yapısal ve verimlilik oyunları• Yeni ödeme sistemi	<ul style="list-style-type: none">• Bölümlere ayrılmış hayran kitlesi• Oyun bozulması• Sağlıklı yaşam savunuculuğu

(<https://iesf.org/esports>).

Tablo I incelendiğinde, elektronik sporların güçlü yönleri, zayıf yönleri, olası fırsatlar ve tehditler belirtilmiştir. Elektronik sporların güçlü yönleri incelendiğinde; geniş bir izleyici kitlesine ve sayısına sahip olması geniş kitlelere erişim hususunda elektronik sporların oldukça avantajlı olduğunu belirtmektedir. Özellikle genç nesle hitap eden

elektronik sporları izlemeyi tercih eden bireylerin sosyalleşme, oyun bilgisi arttırma, yetenek geliştirme, en iyi oyuncuların izleme ve eğlenceli vakit geçirme gibi nedenlerle de bu yayınları izledikleri belirtilmektedir (Qian ve diğ., 2020). Günümüz teknolojisi ile izleyiciler televizyon, bilgisayar ve mobil cihazlar aracılığı ile izlemek istedikleri müsabakaları takip edebilmekte, yeniden izlemek istedikleri veya kaçırdıkları müsabakaları da sonradan izleyebilmektedirler. İnternet bağlantısında sahip hemen hemen her cihazdan erişilebilirlik gerçekleştirilebildiği için katılım oranı ise oldukça yüksektir. Bu kadar büyük bir ilgi gören elektronik sporlar, sponsorların da ilgisini çekmekte ve kendi markalarının tanıtım faaliyetlerine elektronik sporlar vasıtası ile katkıda de bulunmaktadır (Kocaömer, 2018).

Zayıf yönler incelendiğinde ise sınırlı bir altyapıya sahip olması karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda özellikle teknolojik olarak değil, örgütsel bir altyapı eksikliğinden bahsetmek mümkündür. Bu eksikliğin olmasının da özellikle elektronik sporların önündeki en büyük engel olduğu belirtilmiştir (Schubert ve diğ., 2022). Elektronik sporlarla ilgilenen bireylerin özellikle rekreatif özelliklerinin daha ön planda olduğu ve profesyonelleşmeden kaçınması da ayrı bir zayıf yön olarak değerlendirilmekte birlikte doğru bir eğitim süreci ile birlikte profesyonelleşme ile ilgili ciddi bir potansiyelin olduğu da belirtilmektedir (Pluss ve diğ., 2019). Eğitim eksikliği kısmının da bir diğer zayıf yön olduğu belirtilmekte birlikte, özellikle ders müfredatlarına bu dersin doğru bir içerik ile birlikte eklenmesi ile eğitim eksikliği sorununa da çözüm bulunabileceği ve e-spor ile ilgili ön yargıların da ortadan kaldırılabilceği belirtilmektedir (Jenny ve diğ., 2021).

Olası fırsatların ele alındığı kısımda ise profesyonelleşmenin ciddi bir potansiyele sahip olduğu, gerekli eğitim ve geliştirme çalışmaları ile profesyonelleşmenin hızlandırıl-

ması sağlanabilecektir. Yapılandırılmış oyunlar aracılığı ile oyuncuların kendilerini daha da iyi geliştirebilmeleri sağlanabilecek iken (King ve diğ., 2011), verimlilik oyunlarında da oyuncudan elde edilen verimin çok daha üst seviyelere taşınması beklenebilir (Mora-Cantallos ve Sicilia, 2019).

Tehditlerin değerlendirildiği kısımda ise hayran kitlesinin gruplaşmasından bahsedilmektedir. Bu durumun da bazı olumlu yanları olsa da genel anlamda hedef kitlelere ulaşmayı zorlaştırabileceği ve bazı hayran kitlelerinin göz ardı edilmesi ile sonuçlanabileceği düşünülmektedir (Yu ve diğ., 2022). Bununla birlikte oyunda meydana gelebilecek bozulmalar neticesinde oyunların farklı bir dinamığe kavuşması veya oyunun piyasadan kaldırılması da olası tehditlerdendir (Guglielmi ve diğ., 2022). Rekabetçi espor oyunları için gereken eğitimin yoğunluğu, bir bilgisayar veya televizyon ekranının önünde saatlerce aynı pozisyonda oturmayı, yüksek düzeyde strese, görsel dikkat, mavi ışığa (ışık yayan diyotlardan) odaklanmayı gerektirmekte olduğu ve sonuç olarak sağlıksız bir yaşam tarzına yakın olan küçük kas hareketleri ile sınırlı kaldığı belirtilmektedir (Di Francisco-Donoghue ve Balentine, 2018; Chung ve diğ., 2019; Zwibel ve diğ., 2019). Bu nedenlerden dolayı da sağlık ile ilgili bazı risk faktörlerinin ortaya çıkma olasılığı hem sporcuları hem de ailelerini endişelendirebilmektedir.

E-spor ile ilgili yapılan SWOT analizi bulgularına göre, güçlü olunan yönler daha da güçlendirilip, zayıf yönler de güçlü hale getirilip, olası fırsatlar değerlendirilip, tehdit kısımları da nötralize edildiği takdirde elektronik sporların daha da yaygın hale gelmemesi ve gelişmemesi için olumsuz bir durum öngörülmemektedir.

E-sporun güçlü ve zayıf yönlerini ele alan bir çalışmada da bazı bulgular saptanmıştır. Bu bulgulardan güçlü yönler; düşük maliyet, kolay ulaşılabilirlik, kariyer imkânı, ülke tanıtımı, devlet desteği, taraftarlık olgusu, yeni jenerasyon, teknoloji, gelişim potansiyeli, bireysel ve sosyal kazanımlardır. Zayıf yönler ise; tanıtım, hukuki problemler, güvenlik problemleri, sağlık problemleri, tüketicilerin çabuk sıkılması, kariyer süresi, internet altyapısı, kötü amaç olarak ve regülasyon eksikliği olarak açıklanmaktadır (Aslan ve Çoknaz, 2021). Bu güçlü ve zayıf yönler bakımından da özellikle belediyeler tarafından sunulan e-spor hizmetleri titizlikle incelenmeli, alanında uzman bir ekip tarafından bu faaliyetler yürütülmelidir.

E-sporun Endüstri Boyutları

Kültürel ve yaratıcı endüstriler gibi diğer gelişmekte olan endüstrilerle karşılaştırıldığında, e-spor endüstrisinin çok yönlülük, popülerite ve sürdürülebilirlik gibi birçok avantajı bulunmaktadır (Ma ve diğ., 2013). E-spor endüstrisi, 1990 yıllarının sonlarında oyun endüstrisi altyapısı ile evrimleşme sürecine girmiş ve son yıllarda da bilgi işlem teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte gelişim hızını iyice arttırmıştır (Ward ve Harmon, 2019). Özellikle video oyun sektöründeki hızlı ve yoğun gelişime bağlı olarak e-spor endüstrisinin de yaygınlaşarak gelişimine devam edeceği düşünülmektedir.

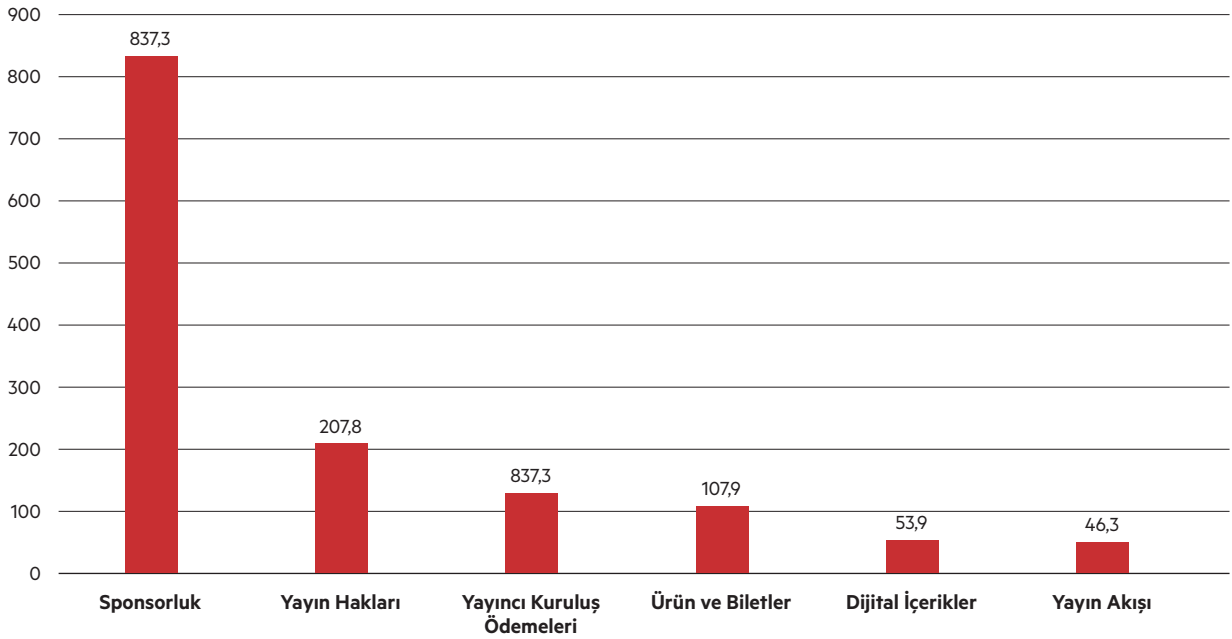
Elektronik sporların yoğun bir kısmının bilgisayar üzerinden yapıldığı günümüzde, potansiyel anlamda farklı oyun platformları da bulunmaktadır. Genel olarak bilgisayar, konsol ve tablet/cep telefonu oyunları olarak kategorik hale getirilmiş olan elektronik sporlarda oyun üreticilerinin platformlara göre küresel gelir kaynakları sıralandığında ilk sırada tablet/cep telefonu oyunları (92.2 milyar dolar), ikinci sırada konsol oyunları (51.8 milyar dolar) ve üçüncü sırada bilgisayar oyunları (38.2 milyar dolar) ve dördüncü sırada bilgisayar tarayıcısı (browser) üzerinden oynanan oyunlar (2.3 milyar dolar) gelmektedir (Wijman, 2022). Tablet/cep telefonu oyunlarının gelirlerinin bu kadar yükse olmasının sebebinin erişilebilirliğinin kolay olması ve genellikle ücretsiz olmasıdır. Konsol oyunlarının ikinci sırada gelmesi ise konsolların yalnızca kendi platformlarına özel ve markalaşmış firmalar aracılığı iyi kaliteli oyunlar sunmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısı ile e-sporun sadece bilgisayar ve konsol oyunları ile sınırlı kaldığı düşünülmeyip, geleceğin espor yıldızı olması beklenen tablet/cep telefonu oyunlarının da göz ardı edilmeden espor ekosistemi içerisinde yerini alması sağlanabilir.

Elektronik sporlar yalnızca dijital oyunlardan ibaret değildir ve birçok farklı bileşeni içerisinde barındırmaktadır. Günümüzde elektronik sporlar endüstrisinin temelini oluşturan bileşenler aşağıda listelenmiştir;

- Oyun geliştiricileri ve donanım üreticileri
- Etkinlik katılımcıları ve etkinlik organizatörleri
- E-sporla ilgili ürünlerin içerik üretimi, promosyonu ve satışı (Funk ve diğ., 2018).

E-spor endüstrisinde yer alan bu bileşenler her ne kadar yerterli gibi görünse de teknolojinin gelişimi ile birlikte dinamik bir yapıda olduğu ve sürekli olarak gelişim ve değişim gerçekliği ile karşı karşıya kaldığı söylenebilir. Elektronik sporlar, bu dinamik yapılarından dolayı bu bileşenlere ilave birçok bileşenin ortaya çıkma veya bu bileşenlerin zaman içerisinde önemlerini kaybedebilme potansiyelleri bulunmaktadır.

Tüm bunlara ek olarak, elektronik sporlarda gelir kaynağı oluşturan 6 farklı unsurdan da söz etmek mümkündür. Bu unsurlar; sponsorluk, yayın hakları, yayıncı kuruluş ödemeleri, ürün ve biletler, dijital ile yayın akışıdır. Bu 6 unsurdan elde edilebilecek olan gelirler de kendi içerisinde farklılık göstermektedir. Elektronik sporlarda gelir kaynağı oluşturan 6 unsur ve gelir dağılımları Şekil 1. de açıklanmıştır.



Şekil 1. 2022 yılı espor gelir kaynakları [Milyon dolar olarak belirtilmiştir] (<https://www.statista.com/statistics/490358/esports-revenue-worldwide-by-segment/>).

Şekil 1’de yer alan bilgilere göre elektronik sporların başlıca gelir kaynağının sponsorluk anlaşmaları olduğu söylenebilir. Bunu yayın hakları, yayıncı kuruluş ödemeleri, ürün ve biletler, dijital içerikler ve yayın akışı izlemektedir. Elektronik sporların gelir kaynağının çok büyük bir kısmının sponsorlar tarafından karşılanması olası risk faktörlerinden birisi olarak değerlendirilebilir. Sponsorların anlaşmalardan vazgeçmesi veya anlaşmalarını yenilememesi, gelir elde edilebilmesi bakımından bir risk faktörü oluşturabilecektir. Bununla birlikte gelirin büyük bir kısmının yalnızca sponsorlar üzerinde yoğunlaşması da elektronik sporların gelir elde edebilmek için sponsorlara olan bağımlılığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla elde edilecek gelirlerin yalnızca sponsorlar üzerine odaklanmaması gerekmektedir. Birlikte yayın hakları, yayıncı kuruluş ödemeleri, ürün ve biletler, dijital içerikler ve yayın akışı gibi gelir kaynaklarını arttırmaya yönelik tedbir ve planlamaların da yapılması önerilmektedir.

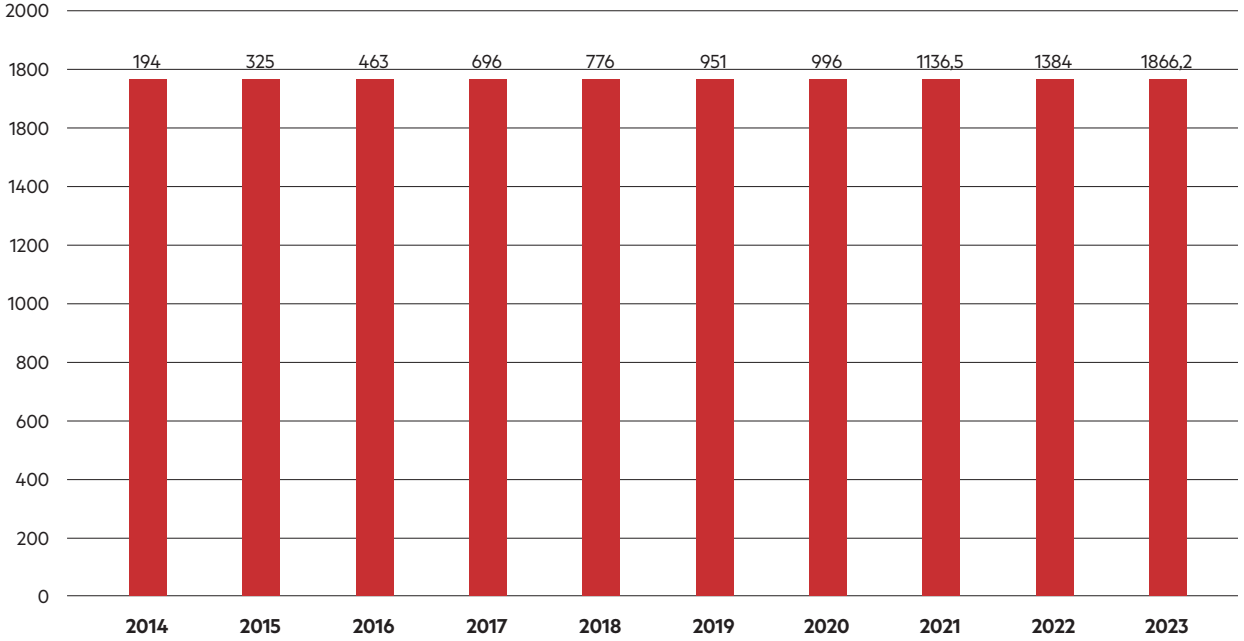
Geleneksel endüstrilerle karşılaştırıldığında gelişmekte olan endüstriler, yeni teknolojilerin uygulanmasıyla ortaya çıkan, başlangıç aşamasında veya büyüme aşamasında olan, iyi pazar beklentilerine sahip ve endüstrinin gelecekteki gelişme yönünü temsil eden endüstrileri ifade etmektedir. Gelişmekte olan endüstriler, farklı teknoloji, sistem ve organizasyon türlerinin tamamlayıcılığı ve entegrasyonu gibi işbirlikçi inovasyon özelliğine sahiptirler (İbrahim ve diğ., 2009). E-spor endüstrisi, bilgi teknolojisi, spor ve eğlenceyi içeren ve interneti, geleneksel medyayı ve kitle tüketimini

kapsayan e-spor endüstrisi kapsamı sayesinde güçlü bir işbirlikçi yeniliğe sahiptir. Bununla birlikte, 5G, arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, büyük veri ve blok zinciri gibi çeşitli yeni teknolojilerin ilk uygulama alanları genellikle e-spor endüstrisi olmaktadır. E-spor ile bilgi teknolojisi ve yapay zekâ gibi en son teknolojiler arasındaki ilişki, Formula 1 yarışları ile otomobil endüstrisi arasındaki ilişkiye benzetilmektedir (Zhu ve diğ., 2022).

E-spor da özellikle kent ağı oldukça önem arz etmektedir. Kent ağında yer alan kentsel dinamiklerin ortaklaşa üretim sürecinde espor gibi tamamlayıcı endüstriler vasıtasıyla iş gücü havuzu, ortak pazarlar ve kaynaklar üretilebilmektedir. Bu durum da ekonomik bir hareketliliğin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Scott ve Pope, 2007). E-spor endüstrisinin, özellikle başlangıç dönemlerinde ülkelerin önde gelen endüstri kentlerinde yoğunlaştığı belirtilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte de e-spor, çevrimiçi oyunlara ve mobil oyunlara doğru evrilmiştir. E-spor endüstrisi zinciri, içerik araştırma ve geliştirme, etkinlikler, içerik üretimi ve içerik tanıtımı gibi birçok bileşeni de kapsayacak bir biçimde genişleme göstermiş ve şehir merkezini çevreleyen küçük ve orta ölçekli ilçelerin de espor endüstrisini geliştirmek ve endüstriyel tamamlayıcılık oluşturmak için yerel avantajlara sahip olmasına öncülük etmeye başlamıştır. Ek olarak, oyun geliştirme, sanat, satış ve operasyonun çoğu işlevi e-spor endüstrisi zincirinde dış kaynaklardan temin edilebilir. Bu durumun da yine bir ekonomik hareketliliğe sebep olabileceği belirtilmektedir (Wen ve

diğ., 2021). E-spor endüstrisinin bir diğer avantajı ise, üretimin gerçekleştirilebilmesi adına çoğu endüstrinin en çok önem verdiği konuların başında gelen coğrafi ortam faktörü, e-spor alanında diğer alanlara kıyasla nispeten düşük gereksinimlere sahiptir. Alan tahsisi bakımından ise espor endüstrisi, üretim faaliyetlerini daha düşük maliyetler ve daha uygun politikalar ile çevre bölgelere aktarma eğilimi de gösterebilmektedir (Christopherson ve Righthor, 2010).

gerilemiş bulunmaktadır. E-sporun kendi içerisinde çok ciddi bir ekonomiye sahip olduğu ve bu ekonominin çoğu geleneksel spor branşından da yüksek seviyelerde aşıkardır. Dolayısı ile e-spor ekosisteminde bulunan bileşenlerin ciddi bir biçimde planlanarak sunulması bu ekonomiden elde edilebilecek payın artmasını sağlayabilecektir.



Elektronik sporların ekonomik boyutlarının küresel seviyede yaratmış olduğu gelir incelendiğinde, özellikle Covid-19 salgını öncesine kıyasla e-spor ekonomisinde yaklaşık 400 milyon \$ gelir artışı meydana geldiği görülmektedir. 2019 yılında küresel e-spor piyasasının büyüklüğü 951 milyon \$ iken, 2022 yılı itibariyle yaklaşık 1,4 milyar \$ büyüklüğe ulaşmıştır. Şekil 2'ye göre, 2025 yılı itibari ile küresel e-spor piyasasının büyüklüğünün 1,8 milyar \$'a ulaşacağı tahmin edilmektedir.

E-spor endüstrisinin küresel gelirinin 2020 yılında yaklaşık olarak 1 milyar dolar olduğu belirtilmekle birlikte, 385 milyon dolar ile en büyük pay sahibi Çin'in, 253 milyon dolarlık gelire sahip olan Kuzey Amerika'yı ve 201 milyon dolarlık gelire sahip olan Avrupa'yı geride bıraktığının önemine de dikkat çekilmektedir (Newzoo, 2020). Böylesine büyük bir gelire sahip bir spor branşının gelirlerinden belirli bir coğrafyanın faydalanması da yapılan yatırımlar ile direkt olarak bağlantılıdır. Ülkemiz 2021 yılı itibari ile dünya gelir sıralamasında 18. sırada iken 2022 yılı itibariyle 30. sıraya

Potansiyel Alanlar

Wong ve Meng-Lewis (2022), e-sporun en büyük öznesi olan oyunun önemini vurgulayarak, e-sporcular tarafından benimsendiği belirlenen bir oyun için bilgisayar üreticileri, bilgisayar donanımı üreticileri, yazılım geliştiriciler, oyun üreticileri, gazeteler ve internet kafeler gibi kar odaklı kuruluşların yarışmalar veya turnuvalar düzenlediklerini belirtmektedirler. Bununla birlikte yerel yönetimlerin de e-spor destek politikalarını uygulamaya koymaya çalıştıkları ve e-spor etkinlikleri düzenledikleri de vurgulanmaktadır.

Avrupa ülkelerinin büyük bir çoğunluğunda e-spor ile ilgili tüm disiplinlerde bilgisayar bilimi, programlama, teknik beceri ve bilgi birikimi alanında deneyim ve beceri kazandıklarını vurgulamakta yarar bulunmaktadır. Böylece gençler, diğer temel derslerin yanı sıra yerel işletim sistemleri, veri tabanları, web siteleri, uygulamalar ve bilgisayar oyunu geliştirme alanlarında dersler almaktadırlar (Fountain, 2000). Bununla birlikte, e-spor endüstrisinin sadece oyunculardan

değil, aynı zamanda e-spor sektörü ile bağlantılı bir dizi başka meslek dallarının olduğu da açıktır. Bu meslek dalları arasında hakemlik, antrenörlük, yetenek avcılığı, yayıncılık, strateji analistliği vb... sayılabilmektedir.

Zhu ve arkadaşları (2022), özellikle e-spor hususunda sanayi kentlerinde yapılan endüstri yatırımlarını konu aldıkları makalelerinde, e-spor ile ilgili yapılan yatırımların diğer endüstri kollarına yapılan yatırımlardan daha fark yaratıcı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Özellikle büyükşehirlerin ekonomik, kültürel ve ulaşım merkezleri olduğu, genellikle gelişmekte olan endüstrilerin gelişimi için gerekli kaynaklara sahip olmasının da bu gelişime yararının olacağı belirtilmektedir.

Sürekli olarak büyüyen bir sektör olan e-spor ve e-spor etkinlikleri, turizm sektörü için de önemli bir cazibe merkezi oluşturmaktadır (Dilek, 2019). Lee (2011), festival düzenleyen bir yerel yönetim örneğini incelediği çalışmasında, esporun da festivale dahil edilerek hedef kitlenin genişletilmesinden bahsetmektedir. Bunun da festivale özel olarak tasarlanan ve yarışması yapılan bir espor oyunu ile yapıldığını belirtmektedir.

Spor turizmüne katılan turistlerin, bu turizm faaliyetine katılmalarının altında yatan motivasyon nedenleri farklılık göstermeksizin konaklama, yemek hizmetleri, ulaşım, turistik bilgilendirme, sunulan spor aktiviteleri ve eğlence tesisleri gibi genel turizm altyapısından yararlanmaktadır. E-spor da bu noktada şüphesiz günümüz dünyasının hem iş hem de spor olarak en hızlı gelişen sektörlerinden birisidir (Masłowski ve Karasiewicz, 2021).

Turizm endüstrisi birçok disiplinle olduğu gibi spor disipliniyle de ilişki içindedir. E-spor maçlarını içeren etkinlikler günümüzde dünya çapında izlenmekte ve geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu etkinliklere yurt içi ve yurt dışından katılımcıların yarattığı hareketlilik, ağırlıklı olarak konaklama, yeme-içme, seyahat ve ulaşım hizmetlerine katkı sağlayarak turizm sektörünü de geliştirmektedir. E-spor pazarındaki ve faaliyetlerindeki bu hareketlilik, turizm sektörü açısından alternatif turizm potansiyeli için bir arz kaynağı oluşturmakta ve ürün çeşitliliği açısından e-spor turizminin önemli olduğu düşünülmektedir (Çetin ve Coşkun, 2021).

Kocaeli kenti özelinde yapılan "Turizm Master Planı" çalışmasında (<https://kocaelimarkalasiyor.com/projeler/turizm-master-plani>) spor turizminin de yer aldığı göz önünde bulundurularak elektronik sporların da bu kategoriye ciddi bir biçimde dahil edilmesi ile kentin turizm potansiyelinin arttırılabileceği düşünülmektedir. Çünkü elektronik spor turizminin gerek iller gerekse ülkeler bakımından bir diğer önemi de destinasyon imajının geliştirilmesidir. 400 milyona yakın kişinin bu turnuvaları takip ettiği, ciddi bir gelir kaynağı ve tanıtım potansiyeli de göz önünde

bulundurulduğunda büyük çaplı organizasyonların ülke imajına yapacağı olumlu katkının oldukça önemli bir hale geleceği belirtilmektedir (Yıldırım ve Tamer, 2022). Ayrıca turizmi kapsamında değerlendirilebilecek olan oyun fuarları ve oyun kongreleri de hem destinasyon imajının gelişmesine hem de turizm hareketliliğine sebep olarak ekonomik anlamda pozitif etkilere sebep olacaktır (Gül ve diğ., 2017).

Tablo II. de ülkemizin nüfus ile istatistikleri incelendiğinde

Tablo II: Türkiye nüfus istatistikleri

2021		2022	
Nüfus	84.680.273	Nüfus	85.279.553
0 - 14 yaş aralığı	22.4%	0 - 14 yaş aralığı	22%
15 - 64 yaş aralığı	67.9%	15 - 64 yaş aralığı	68.1%
65 yaş ve üzeri	9.7%	65 yaş ve üzeri	9.9%

(<https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2022.pdf>).

nüfus artışının 2021 yılına kıyasla 2022 yılında arttığı söylenebilir. Nüfus yoğunluğunun 15 - 64 yaş aralığında olmasından dolayı da e-spor hususunda nüfus bakımından ciddi bir potansiyelin olduğu söylenebilir.

Tablo III: Türkiye' de yaşa göre oyuncu dağılımları

2021		2022	
18 - 24 yaş aralığı	25%	18 - 24 yaş aralığı	27%
25 - 34 yaş aralığı	35%	25 - 34 yaş aralığı	38%
35 - 44 yaş aralığı	26%	35 - 44 yaş aralığı	30%
45 - 54 yaş aralığı	12%	45 - 54 yaş aralığı	4%
55 - 64 yaş aralığı	2%	55 - 64 yaş aralığı	1%

(<https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2022.pdf>).

Tablo III'de e-spor ile ilgilenen bireylerin dağılımları incelendiğinde, oyunlar ile en yoğun biçimde ilgilenen yaş aralığının genç nesil olarak tabir edebileceğimiz 25 - 34 yaş aralığı olduğu söylenebilir. 45 yaştan sonra ise elektronik sporlara olan ilginin azaldığı söylenebilir.

Hem Tablo II hem de Tablo III'de yer alan verilerden yola çıkılarak, ülkemizin yoğun ve genç bir nüfusa sahip olduğu söylenebilir. E-sporun temelini oluşturan teknolojik aygıtların kullanılabilmesi için gerekli olan bazı motorik ve bişişsel beceriler ile bu becerilerin kendilerini gösteriş biçimleri ise nesilden nesile farklılıklar göstermektedir (Skidmore ve diğ., 2014). Bununla birlikte teknolojik gelişmelerin tüm kuşaklar tarafından benimsenmesinin oldukça zor olduğu, dijital erişim ve kullanım düzey ve sıklıklarının tüm kuşak gruplandırmalarında farklılık gösterdiği ifade edilmektedir (Moscardo ve diğ., 2010).

Teknolojik gelişmelere yabancı kalmayan Y kuşağı bireyler ile teknolojinin merkezinde doğmuş olan Z ve Alfa kuşağı bireyler, teknolojiye olan yatkınlıklarından dolayı ülkemizde esporun gelişimi ve yaygınlaşması konusunda en önemli kuşak temsilcileri olarak değerlendirilebilirler. Özellikle Z ve Alfa kuşağındaki bireyler, e-spor sektöründe oldukça başarılı performanslar sergilemeleri ile ön plana çıkmaktadırlar.

Elektronik sporların ekosisteminin ve kente katabileceği değerlerin ön plana çıkarıldığı bu çalışmada, elektronik sporların yalnızca oyun oynamaktan ibaret olmadığı, kendi ekosistemi içerisinde birçok unsur ile yakın ilişkiler içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Geleneksel spor branşlarından farklı olarak elektronik sporlarda kullanılan elektronik aygıtların olması bile espor ekosisteminin geleneksel spor branşlarındaki ekosistemlerden daha geniş olabileceğini gösterebilir.

Her spor branşında olduğu gibi elektronik sporların yaygınlaşma hızı ve potansiyeli diğer spor branşlarından oldukça fazlaymış gibi görünse de doğru ve zamanında atılmayan adımlarla bu potansiyelin açığa çıkarılması mümkün olmayacaktır.

Bu noktada yerel yönetimlerin atabileceği adımların bazıları şu şekilde olabilir;

- İzleyici kitlesini arttırabilmek adına sosyal medya kanallarından (facebook, twitter, instagram, twitch tv, discord...) yayınlar yapılabilir.
- Özellikle büyük firmalardan sponsorluk konusunda destek alınabilir.
- Örgütsel eksikliğin tamamlanabilmesi adına gerek ulusal gerek bölgesel gerekse yerel olarak örgütsel bir yapılanma konusunda adım atılabilir. Örgütsel bir yapının olması müsabakaların düzenlenmesi için oldukça

kritik öneme sahiptir.

- Profesyonelliği arttırabilmek adına esporculuk kavramı ile ilgili daha fazla bilgilendirme yapılabilir.
- Özellikle ebeveynleri de sürecin içerisine dahil eden eğitimler düzenlenebilir. E-spor ekosistemi içerisinde bulunan oyuncu, koçluk, oyun analisti, egzersiz uzmanı gibi meslek ile ilgili unsurları süreçlere dahil edebilir.
- Oyun geliştiricileri ile anlaşmalar sağlanarak yerel yönetime özel bir oyun geliştirilmesi sağlanabilir. Belirli periyotlarla turnuvalar düzenlenip çeşitli ödüller verilebilir.
- Donanım geliştiricileri ile anlaşmalar sağlanarak e-spor da kullanılan elektronik ürünlerin kent markası adıyla üretimi gerçekleştirilebilir.
- İnternet erişimi hususunda erişilebilirliği arttırabilmek adına lisanslı olarak e-spor yapan bireylere ücretsiz internet ve donanım hizmeti sağlanabilir.
- Kentin ve e-sporun logosunu taşıyan çeşitli ürünler üretilerek satışa sunulabilir.
- Turizm potansiyelini arttırabilmek adına turnuvalarına ev sahipliği yapabilecek arenalar, e-spor teknoloji merkezleri ve e-spor kampı gibi çeşitli departmanlar hizmete sunulabilir.
- E-spor konusunda çeşitli kongre, panel, sempozyum gibi bilimsel faaliyetlere ev sahipliği yapılabilir.

Sonuç olarak e-sporun günümüzde oldukça popüler bir spor branşı haline geldiği ve gelecekte de bu popülerliğini koruyarak daha da yaygın hale geleceği düşünülmektedir. Özellikle halka hizmet noktası denildiğinde akla gelen belediyeler, e-spor hususunda da hedef kitle olan gençlere hizmet sunma konusunda çalışmalarını sürdürmeli ve geliştirmelidirler.

Kaynakça

- Aslan, T., & Çoknaz, D. (2021). Güçlü ve Zayıf Yönleri ile Esport: Yönetici ve Akademisyen Bakış Açısına Dayalı Nitel Bir Çalışma. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 118-136.
- Atali, L. (2018). Akıllı Şehirler ve Spor (Smart Cities and Sport). *Herkese Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Vol. 96, 14-15.
- Bilir, H. (2022). E-Spor Ekonomisinin Gelişimi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16(3), 327-341.
- Billings, A. C., & Hou, J. (2019). The origins of esport: a half century history of “overnight” success. *Understanding Esports: An Introduction to the Global Phenomenon*. London: Lexington Books, 31-44.
- Borowy, M. (2013). Pioneering eSport: the experience economy and the marketing of early 1980s arcade gaming contests. *International Journal of Communication*, 7, 21.
- Christopherson, S., & Righthor, N. (2010). The creative economy as “big business”: Evaluating state strategies to lure filmmakers. *Journal of planning education and research*, 29(3), 336-352.
- Chung, T., Sum, S., Chan, M., Lai, E., & Cheng, N. (2019). Will esports result in a higher prevalence of problematic gaming? A review of the global situation. *Journal of behavioral addictions*, 8(3), 384-394.
- Çetin, A., & Coşkun, M. (2021). A conceptual overview of E-sports tourism as a new trend in the tourism industry. *Journal of Management and Economic Studies*, 3(1), 28-34.
- DiFrancisco-Donoghue, J., & Balentine, J. R. (2018). Collegiate eSport: where do we fit in?. *Current sports medicine reports*, 17(4), 117-118.
- Dilek, S. E. (2019). E-Sport events within tourism paradigm: A conceptual discussion. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 12-22.
- Fountain, J. E. (2000). Constructing the information society: women, information technology, and design. *Technology in society*, 22(1), 45-62.
- Funk, D. C., Pizzo, A. D., & Baker, B. J. (2018). eSport management: Embracing eSport education and research opportunities. *Sport Management Review*, 21(1), 7-13.
- Guglielmi, E., Scalabrino, S., Bavota, G., & Oliveto, R. (2022). Towards Using Gameplay Videos for Detecting Issues in Video Games. *arXiv preprint arXiv:2204.04182*.
- Gül, İ., Kızıllırmak, İ., Güler, E., & Yarı, Z. (2017). Fuar Turizmi Kapsamında Oyun Fuarları Gaming İstanbul Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 101-120.
- Ibrahim, S. E., Fallah, M. H., & Reilly, R. R. (2009). Localized sources of knowledge and the effect of knowledge spillovers: an empirical study of inventors in the telecommunications industry. *Journal of Economic Geography*, 9(3), 405-431.
- Jenny, S. E., Gawrysiak, J., & Besombes, N. (2021). Esports.edu: An inventory and analysis of global higher education esports academic programming and curricula. *International Journal of Esports*, 1-46.
- Józwiak, P. (2022). E-sports cities: a study on special legal problems connected with e-sports from the point of view of a local government. *Journal of Physical Education & Sport*, 22(5).
- King, D. L., Delfabbro, P. H., & Griffiths, M. D. (2011). The role of structural characteristics in problematic video game play: An empirical study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 9, 320-333.
- Kocaömer, C. (2018). Elektronik spor faaliyetlerinde sponsorluğun marka değeri üzerine etkisi: League Of Legends örneği. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (5), 46-82.
- Lee, J. J. (2011). A Successful Case of the ‘Great Admiral Yisunsin Festival’ that Integrates ‘Chungmugong e-sports Competition’. *The Journal of the Korea Contents Association*, 11(6), 127-134.
- Lu, Z. (2016). From e-heroin to e-sports: The development of competitive gaming in China. *The International Journal of the History of Sport*, 33(18), 2186-2206.
- Ma, H., Wu, Y., & Wu, X. (2013). Research on essential difference of e-sport and online game. In *Informatics and management science V* (pp. 615-621). Springer London.
- Martins, D. J. D. Q., Moraes, L. C. L., & Marchi Júnior, W. (2022). COVID-19 impacts on school sports events: an alternative through E-sports. *Managing Sport and Leisure*, 27(1-2), 45-49.
- Masłowski, P., & Karasiewicz, T. (2021). Esports as a new trend in the tourism industry. *Geography and Tourism*, 1(9), 95-105.
- Mora-Cantalops, M., & Sicilia, M. Á. (2019). Team efficiency and network structure: The case of professional league of legends. *Social Networks*, 58, 105-115.
- Moscardo, G., Pendergast, D., & Benckendorff, P. (Eds.). (2010). *Tourism and generation Y*. CAB International.
- Newzoo (2020). *Global Esports Market 2020 Report*. <https://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2020/03/Global-Esports-Market-Report-2020.pdf>
- Pluss, M. A., Bennett, K. J., Novak, A. R., Panchuk, D., Coutts,

- A. J., & Fransen, J. (2019). Esports: the chess of the 21st century. *Frontiers in psychology*, 10, 156.
- Qian, T. Y., Wang, J. J., Zhang, J. J., & Lu, L. Z. (2020). It is in the game: Dimensions of esports online spectator motivation and development of a scale. *European sport management quarterly*, 20(4), 458-479.
- Scholz, T., Völkel, L., & Uebach, C. (2021). Sportification of esports-A systematization of sport-teams entering the esports ecosystem. *International Journal of Esports*, 2(2).
- Schubert, M., Eing, F., & Könecke, T. (2022). Perceptions of professional esports players on performance-enhancing substances. *Performance Enhancement & Health*, 10(4), 100236.
- Scott, A. J., & Pope, N. E. (2007). Hollywood, Vancouver, and the world: employment relocation and the emergence of satellite production centers in the motion-picture industry. *Environment and Planning A*, 39(6), 1364-1381.
- Skidmore, S. T., Zientek, L. R., Saxon, D. P., & Edmonson, S. L. (2014). The impact of generational status on instructors' reported technology usage. *Contemporary Educational Technology*, 5(3), 179-197.
- Stanton, R. (2015). A brief history of video games: From Atari to virtual reality. Hachette UK.
- Uzuner, M. E. (2021). E-Spor'da Kullanılan Dijital Oyun Türleri. Y. İLGAR DOĞAN (Ed.), *Spor Bilimlerinde Güncel Konular ve Yaklaşımlar-2 içinde* (328-354. ss.). Çizgi Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Üçüncüoğlu, M., & Çakır, V. O. (2017). Modern Spor Kulüplerinin Esport Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 34-47.
- Ward, M. R., & Harmon, A. D. (2019). ESport Superstars. *Journal of Sports Economics*, 20(8), 987-1013.
- Wen, H., Zhang, Q., Zhu, S., & Huang, Y. (2021). Inter-and intra-city networks: how networks are shaping China's film industry. *Regional Studies*, 55(3), 533-545.
- Wijman, T. (2022). The Games Market in 2022: The Year in Numbers. <https://newzoo.com/resources/blog/the-games-market-in-2022-the-year-in-numbers>
- Wong, D., & Meng-Lewis, Y. (2022). Esports diplomacy-China's soft power building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*, 1-23.
- Yıldırım, Ü., & Tamer, E. T. (2022). Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm*

Araştırmaları Dergisi, 6(3), 728-743.

- Yu, B., Brison, N. T., & Bennett, G. (2022). Why do women watch esports? A social role perspective on spectating motives and points of attachment. *Computers in Human Behavior*, 127, 107055.
- Zhu, Y., Yin, J., Yang, Z., & Cheng, Z. (2022). City Network and Industry Evolution: Case of the Esports Industry in the Yangtze River Delta, China. *Journal of Urban Planning and Development*, 148(3), 04022028.
- Zwibel, H., DiFrancisco-Donoghue, J., DeFeo, A., & Yao, S. (2019). An osteopathic physician's approach to the Esports athlete. *Journal of Osteopathic Medicine*, 119(11), 756-762.

İnternet Kaynakçası

- <https://digiday.com/marketing/governments-around-the-world-are-changing-their-policies-to-support-esports/>
- <https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2022.pdf>
- <https://gammalaw.com/five-key-ways-governments-getting-involved-in-esports/>
- <https://iesf.org/esports>
- <https://kocaelimarkalasiyor.com/projeler/turizm-master-plani/>
- <https://playerbros.com/turkiyede-espor-kulubu-bulunan-belediye-sayisi-artiyor/>
- <https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2021.pdf>
- <https://www.gaminginturkey.com/files/pdf/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2022.pdf>
- <https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/baskentin-ilk-espor-kulubu-kuruldu-41480439>
- <https://www.kocaeli.bel.tr/tr/main/birimler/spor-sube-mu-durlugu/33/38179>
- <https://www.statista.com/statistics/490358/esports-revenue-worldwide-by-segment/>
- <https://www.statista.com/statistics/490522/global-esports-market-revenue/>